

رسانه‌ها

و

پدافند غیر عامل

www.ketab.ir

نویسنده: علیرضا تقی قلعه‌نو

سال ۱۳۹۸

سرشناسه: تقی قلعه‌نو، علیرضا، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور: رسانه‌ها و پدافند غیرعامل / مؤلف علیرضا تقی قلعه‌نو.
مشخصات نشر: تهران: شیمبار، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری: ۱۴۲ ص؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۸۰۲-۳-۹

وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: در این کتاب به اهمیت موضوع پدافند غیرعامل و نقش بی‌بدیل رسانه‌ها در تنویر و جهت‌دهی افکار عمومی در جامعه پرداخته شده است.

موضوع: دفاع غیرنظامی

Civil defense

موضوع: رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های سیاسی
Mass media -- Political aspects

موضوع: دفاع ملی

Military readiness

موضوع: دفاع غیرنظامی -- ایران

Civil defense -- Iran

رده بندی کنگره: ۹۲۶ UA

رده بندی دیویی: ۳۶۳/۳۵

شماره کتابشناسی ملی: ۵۷۶۴۲۶۵



عنوان کتاب: رسانه‌ها و پدافند غیرعامل

نویسنده: علیرضا تقی قلعه‌نو

ناشر: انتشارات شیمبار

صفحه آرا: احمد خدادی

نوبت و سال چاپ: اول - ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

محل نشر: تهران

چاپ و صحافی: خانه چاپ

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۸۰۲-۳-۹

تلفن مرکز پخش: ۰۹۳۵۸۲۵۵۰۷۳

رایانامه: ghaleno.art@gmail.com

کلیه حقوق این کتاب برای انتشارات شیمبار محفوظ است.

فهرست مطالب

سخن نویسنده	۸
مقدمه	۱۱

فصل اول: آشنایی با مفاهیم پایه و نظری

پدافند به چه معناست	۱۴
تفاوت پدافند عامل با پدافند غیرعامل	۱۴
گستره پدافند غیرعامل	۱۵
مصادیق آفند غیرعامل	۱۵
منشأ پیدایش پدافند غیرعامل	۱۵
تاریخ پنج هزار ساله بشریت	۱۶
لزوم پدافند غیرعامل	۱۹
جایگاه پدافند غیر عامل در اسلام	۲۴
اهمیت پدافند غیرعامل دربیانات مقام معظم رهبری	۲۴
ابعاد پدافند غیرعامل از نگاه مقام معظم رهبری	۲۵
مبانی نظری در حوزه پدافند غیرعامل	۲۸
ضرورت پدافند غیرعامل	۳۷
اهداف پدافند غیرعامل	۴۳
اهداف راهبردی پدافند غیرعامل	۴۷

فصل دوم: تاریخچه پدافند غیرعامل

تاریخچه تشکیل سازمان بین المللی پدافند غیرعامل (ICDO)	۵۰
کنفرانس های بین المللی پدافند غیرعامل	۵۲
اقدامات پدافند غیرعامل در سطح بین الملل	۵۵

۵۸	پدافند غیرعامل در کشورهای مختلف
۶۷	تاریخچه سازمان پدافند غیرعامل در ایران
۶۹	پدافند غیرعامل در ایران
۷۰	شرایط پدافند غیرعامل در ایران
۷۵	بومی سازی دانش پدافند غیرعامل
۷۶	رسانه ها و پدافند غیرعامل
۷۷	نتایج استفاده از پدافند غیرعامل
۷۷	ویژگی ها و شرایط خاص ایران

فصل سوم: ویژگی ها و نقش رسانه های نوشتاری

۸۶	جایگاه رسانه ها در شکل گیری هویت انسان ها
۹۰	نقش روانی - اجتماعی مطبوعات
۹۴	خصوصیات مهم روزنامه

فصل چهارم: ویژگی ها و نقش رسانه های شنیداری و دیداری

۹۸	نقش رسانه های همگانی در فرآیند اطلاع رسانی
۱۰۰	نقش وسایل ارتباط جمعی و رسانه ها در مدیریت بحران ها
۱۰۲	رادیو
۱۰۴	رادیوهای مشهور بین المللی
۱۰۵	تلویزیون
۱۰۶	نقش تلویزیون از جنبه های مختلف
۱۰۸	شاخص های عمده برنامه های تلویزیونی
۱۱۱	ماهواره ها
۱۱۲	اهداف ماهواره ها

۱۱۳	 تأثیرات منفی ماهواره‌ها
۱۱۶	 تأثیرات جهانی ماهواره‌های ارتباطی
۱۱۹	 راه‌های مقابله با تأثیرگذاری ماهواره‌ها
۱۲۲	 کامپیوتر (رایانه)

فصل پنجم: رسانه‌ها و توازن قدرت

۱۲۶	 نقش رسانه‌ها در جنگ روانی
۱۲۷	 رسانه و قدرت
۱۳۰	 تعامل پذیری، نقطه عطف رسانه‌های نوین
۱۳۲	 تأثیر رسانه‌ها در جنگ‌های آینده
۱۳۴	 عصر مدیا کراسی یا رسانه سالاری

سخن‌نویسنده

امروزه این حقیقت به خوبی اثبات شده است که رسانه‌ها از نظر کارکردهای آموزشی، سهم و نقش قابل ملاحظه‌ای در انتقال میراث فرهنگی و فکری بشری در میان ملل دارا هستند. در واقع با ظهور وسایل ارتباط جمعی پیشرفته، فرایند آموزش از انحصار مدرسه و آموزشگاه‌ها خارج شده و جهان پهناور به عرصه‌ی آموزش تبدیل شده است.

در این فرایند وسایل ارتباط جمعی، محدودیت‌هایی از قبیل مکان و زمان، محدودیت سنتی، محدودیت‌های اقلیمی و... از میان برداشته شده و در زمینه‌ی سیاست و حکومت، همان‌گونه که رسانه‌ها بر تصمیمات سیاستمداران و هیأت حاکمه اثر می‌گذارند، به منزله ابزاری در دست حکومت‌ها دارای کاربرد و کارآمدی محوری هستند که از آن می‌توان برای پیشبرد و ترویج اهداف و برنامه‌های پدافند غیرعامل بهره جست.

با لحاظ کردن جنبه‌های مثبت و منفی کارکرد رسانه‌های گروهی، این پدیده می‌تواند از یک سو سبب وحدت، همبستگی و وفاق ملی شود و از سوی دیگر حکومت‌ها می‌توانند از این پدیده در ایجاد همگونی، جهت‌دهی افکار عمومی و هماهنگ‌سازی نظریات توده‌ی مردم و جامعه نسبت به نظام سیاسی و کارکردهای آن استفاده کنند، به‌طوری‌که در نظام‌های استکباری، صدا و سیما و مطبوعات، ابزاری قوی و مؤثر برای بیعت گرفتن از مردم و جامعه می‌باشند تا آنجا که از مطبوعات به عنوان «رکن چهارم دموکراسی» یاد می‌شود. حیات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بشر امروز به شدت تحت تأثیر رسانه‌های گروهی قرار دارد. با در نظر گرفتن این واقعیت مسلم که پیام‌های رسانه‌ها هرگز از جنبه‌های سازنده و مخرب خالی نبوده، ضروری است به مطالعه و بررسی پدیده‌ی ارتباطات و آثار و کارکردهای آن بیش از پیش پرداخته شود.

اهمیت این کار از آن جهت است که رسانه‌های گروهی با کارکرد خود و با استفاده از دو عنصر اطلاعات و پیام، به صورت امواج صوتی، تصویری و غیره، با درنوردیدن مرزها بر افکار و اذهان انسان‌ها اثر نهاده و به کنش‌ها و رفتارهای فردی و اجتماعی آن‌ها جهت می‌دهند.

پیام‌هایی که در قالب امواج صوتی، تصویری و یا کتاب و یا مجله در جهان امروز انتشار می‌یابد در برخی موارد سبب ظهور و شکل‌گیری حوادث، رخدادها و رویدادهای سیاسی مهمی در واحدهای سیاسی و در عرصه‌ی کشورها و حتی جهانی می‌گردند.

از ویژگی‌های عصر جدید؛ ماشینی شدن زندگی، افزایش جمعیت، تقسیم کار و مشاغل، تخصصی شدن فعالیت‌ها، بسط و گسترش حوزه‌های مشاغل و حرف، تنوع امکانات بهره‌وری و... است. در چنین دنیایی رسانه‌های گروهی و ارتباطات از نقش حیاتی در زندگی بشر برخوردار بوده و در عین حال متنوع و گسترده می‌باشند.

لذا رسانه‌های گروهی، علاوه بر اینکه در فرآیند ارتباطات و جابه‌جایی اطلاعات در درون جامعه و ملل سهیم هستند، می‌توانند با کارکرد خویش در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی به موازات تحولات عمیق در نهادهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و دگرگونی باورها و ارزش‌های مسلم جامعه کارساز بوده و به‌عنوان یک دانشگاه عمومی در راستای شکوفایی و اعتلای فرهنگ جامعه به فعالیت پردازند و زبان هدایت خویش را به کار بسته و جامعه را به سمت و سوی مطلوب هدایت نمایند.